

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN HIDAYAT KECAMATAN LALABATA KABUPATEN SOPPENG)

Wahyullah Akbar¹, Zainal Ruma², M. Taslim Dangnga³
^{1,2,3} Universitas Negeri Makassar
wahyullahakbar20@gmail.com¹, zainal_ruma@yahoo.com²,
taslim.dangnga@unm.ac.id³

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 50 orang konsumen rumah makan hidayat. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, Observasi dan angket. Teknis analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan Statistical Product and Service Solution (SPSS). Hasil Penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan (X1) secara parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga (X2) secara parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Serta secara simultan kedua variabel bebas tersebut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

Abstract: This study aims to determine how the influence of service quality and price on customer satisfaction. The number of samples used were 50 consumers of Hidayat restaurants. Data collection was done by using interview, observation and questionnaire methods. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using Statistical Product and Service Solution (SPSS). The results of this study indicate that service quality (X1) partially has a positive and significant effect on customer satisfaction. Price (X2) partially has a positive and significant effect on customer satisfaction. And simultaneously the two independent variables have a significant influence on consumer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price, Consumer Satisfaction

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia perekonomian yang semakin maju membawa dampak cukup signifikan terutama bagi dunia usaha saat ini. Semakin banyaknya usaha mikro maupun makro yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis yang menyebabkan persaingan semakin ketat. Munculnya berbagai usaha yang bersifat sejenis tersebut juga lambat laun akan memberikan dampak bagi para konsumen untuk semakin selektif dalam menentukan pilihan. Pasar yang kompleks, kompetisi yang gencar, dan konsumen dengan kebutuhan yang bervariasi merupakan gambaran tentang persaingan pasar saat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang baik kepada konsumen. Menyadari pentingnya nilai sebuah layanan produk yang ditawarkan membuat perusahaan diwajibkan mengembangkan bisnis pada manajemen hubungan konsumen yang baik.

Persaingan yang semakin ketat dengan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama Tjiptono (2014:24). Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa,

maka konsumen memiliki pilihan semakin banyak untuk menentukan jadi tidaknya dilakukan pembelian.

Dalam persaingan perekonomian yang persaingannya sangat hebat dengan banyaknya pembeli rasional, perusahaan hanya dapat menang dengan menciptakan dan memberikan nilai yang unggul. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam persaingan di pangsa pasar.

Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Jika produk atau jasa tersebut jauh dibawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk atau jasa tersebut memenuhi harapan, konsumen akan merasa puas. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk atau jasa tersebut, informasi dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan atau promosi lainnya. Kualitas pelayanan merupakan suatu strategi keuntungan (*profit strategy*) untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen, dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan.

Dalam keadaan normal, permintaan dan harga mempunyai hubungan yang negatif atau sebaliknya. Artinya, semakin tinggi harga yang ditetapkan maka semakin kecil permintaan. Konsumen sendiri memiliki persepsi mengenai harga bahwa semakin tinggi harga suatu produk, makin tinggi pula kualitas produk (Stanton, 2012). Bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya lebih besar dibanding manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah produk tersebut akan memiliki nilai negatif. Konsumen mungkin akan menganggapnya sebagai nilai buruk dan kemudian akan mengurangi konsumsi terhadap produk tersebut, sebaliknya jika manfaat yang diperoleh lebih besar maka yang akan terjadi adalah produk tersebut akan memiliki nilai positif. Dalam banyak kasus, harga merupakan variabel keputusan yang paling penting diambil oleh konsumen karena berbagai faktor (Ferdinand, 2006). Alasan ekonomis akan menunjukkan bahwa harga yang rendah atau harga yang bersaing merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Namun, alasan psikologis dapat menunjukkan bahwa harga justru menunjukkan indikator kualitas dan dapat dirancang sebagai salah satu instrumen penjualan sekaligus sebagai instrumen persaingan yang menentukan.

Pada penelitian ini, penulis mengambil salah satu contoh rumah makan dengan nuansa dan hidangan modern yang mengalami perkembangan cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir yaitu Rumah Makan Hidayat. Terletak di Kabupaten Soppeng tepatnya di Kecamatan Lalabata, Rumah Makan Hidayat sering dijadikan tempat persinggahan oleh para pendatang untuk makan dan minum. Tak hanya itu, rumah makan ini juga cukup populer bagi masyarakat yang tinggal maupun warga yang berdomisili di Kabupaten Soppeng. Terbentuk sejak tahun 2004, Rumah Makan Hidayat yang awalnya hanya menyajikan makanan tradisional kini meningkatkan teknik pemasaran produknya dengan menu hidangan yang modern, seperti Ayam Judes, *Thai Tea*, Boba, Sosis Bakar

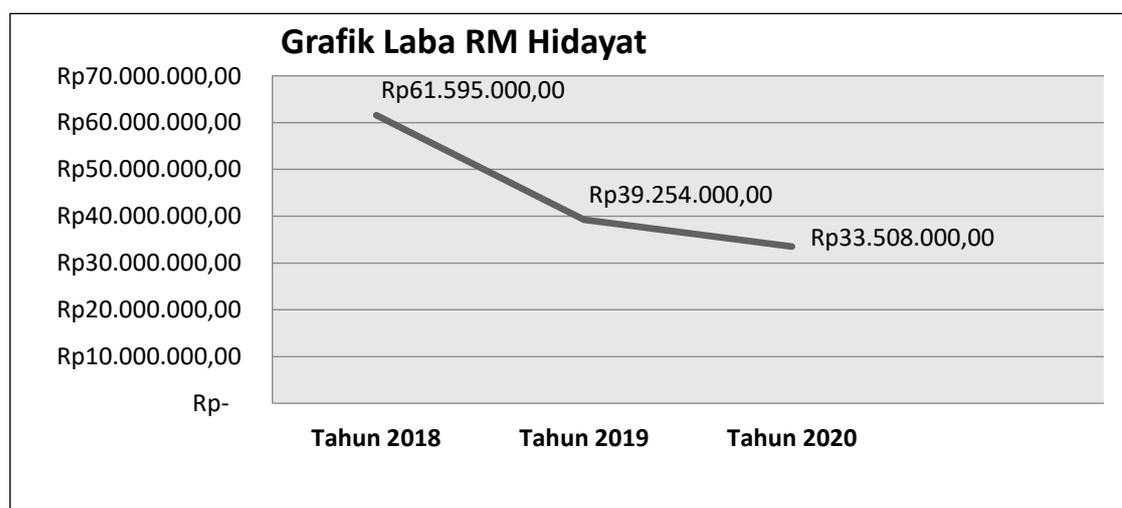
Jumbo, hingga sajian pisang dengan aneka varian rasa. Di rumah makan ini, pengunjung yang datang dilayani dengan baik dan ramah, konsumen pun hanya perlu menunggu 5-10 menit agar pesannya siap dihidangkan. Berikut data kunjungan konsumen di Rumah Makan Hidayat.

Tabel 1. Data Pengunjung Rumah Makan Hidayat Tahun 2018-2020

Bulan	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Januari	264	178	206
Februari	133	156	157
Maret	114	139	172
April	293	112	108
Mei	204	103	119
Juni	177	127	126
Juli	160	91	103
Agustus	211	109	95
September	205	115	119
Oktober	146	104	83
November	228	128	104
Desember	273	119	98
Total	2.408	1.481	1.490

Sumber : Rumah Makan Hidayat 2020

Berdasarkan data yang telah dihimpun tren kunjungan konsumen pada Rumah Makan Hidayat mengalami fluktuasi dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Pada tahun 2018 sekitar 2.408 orang dan di tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 38,50% menjadi 1.481 orang, sementara tahun 2020 meningkat sebesar 0,61% menjadi 1.490 orang. Hal tersebut dikarenakan kondisi pangsa pasar yang semakin cepat mengalami perubahan mengikuti gaya hidup masyarakat. Meskipun persaingan bisnis usaha kuliner yang kian ketat dengan para pesaingnya, Rumah Makan Hidayat bisa menghasilkan laba operasional hingga puluhan juta pertahunnya seperti yang disajikan pada grafik dibawah ini:



Sumber: Rumah Makan Hidayat, Tahun 2020

Gambar 1. Laba Rumah Makan Hidayat

Data laba pada Rumah Makan Hidayat menunjukkan tren penurunan secara terus menerus dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Pada tahun 2018 laba yang dihasilkan sebesar Rp.61.595.000,- dan di tahun 2019 mengalami penurunan 36,27% di angka Rp.39.254.000,-, sementara tahun 2020 terus menurun sebesar 14,64% menjadi Rp.33.508.000,-. Hal ini disebabkan oleh beberapa fenomena seperti: biaya bahan baku yang terus meningkat, ongkos pengiriman bahan, adanya biaya-biaya tak terduga, hingga banyaknya pesaing usaha dengan produk yang sama.

Maraknya bisnis kuliner semakin memperketat persaingan usaha antara Rumah Makan Hidayat dengan para rivalnya untuk memikat hati pelanggan. Adanya riset perihal studi kepuasan konsumen menjadi salah satu langkah taktis guna mengetahui dan memahami aspek psikologis konsumen, mengingat perbandingan harga dan model pelayanan rumah makan yang bervariasi.

II. METODE PENELITIAN

Berdasarkan judul penelitian ini yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Rumah Makan Hidayat Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng), yang menjadi variabel penelitian yaitu:

1. Kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (variabel terikat)
2. Kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel independen (variabel bebas).

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, yaitu riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sangadji dan Sopiah (2010:21) bahwa “penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi yang meliputi kegiatan penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi, keadaan, ataupun prosedur.”

Pengukuran variabel berfungsi untuk memudahkan dalam analisis data dalam formula Adapun pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Kepuasan Konsumen (Y)
2. Kualitas Pelayanan (X_1)
3. Harga (X_2)

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan Rumah Makan Hidayat Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik penentuan sampel yaitu *Nonprobability Sampling* dengan metode *Accidental Sampling*. Teknik pengumpulan data dengan studi kepustakaan dan kuisioner, sedangkan teknik analisis data menggunakan uji instrument, asumsi klasik, dan regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Adapun model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Tabel 2. Responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (Orang)	Frekuensi (%)
16 – 22 tahun	22	44
23 – 29 tahun	15	30
> 30 tahun	13	26
Total	50	100,0

Sumber : Data Primer diolah 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden paling banyak pada karakteristik usia didominasi oleh responden yang berusia antara 16 sampai 22 tahun dengan persentase 44 %. Hal tersebut disebabkan oleh Rumah Makan Hidayat merupakan rumah makan yang menyajikan menu hidangan yang modern, seperti Ayam Judes, Thai Tea, Boba, Sosis Bakar Jumbo, hingga sajian pisang dengan aneka varian rasa. Menu tersebut adalah menu-menu yang digemari oleh kalangan remaja. Meskipun demikian Rumah makan hidayat juga tetap menyediakan menu makanan tradisional yang dapat menyentuh segmentasi semua kalangan usia.

Tabel 3. Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Frekuensi (%)
Laki-laki	19	38
Perempuan	31	62
Total	50	100,0

Sumber : Data Primer diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak pada karakteristik jenis kelamin didominasi oleh Perempuan dengan persentase 62 %. Sama halnya pada karakteristik usia yang dijelaskan sebelumnya, hal ini disebabkan karena menu-manu modern khususnya pada menu minuman dingin seperti *Green Thea*, *Thai Tea*, *Boba* dan menu makanan cepat saji seperti Sosis Bakar Jumbo lebih digemari oleh jenis kelamin perempuan.

Tabel 4. Responden berdasarkan Pekerjaan

Nomor Pertanyaan	STS	TS	C	S	SS	Rata-Rata Jawaban	Skor Total	Indeks (%)
X1.1	0	0	6	40	4	3,96	198	79,2
X1.2	0	0	2	43	5	4,06	203	81,2
X1.3	0	0	4	43	3	3,98	199	79,6
X1.4	0	0	5	44	1	3,92	196	78,4
X1.5	0	0	6	40	4	3,96	198	79,2
X1.6	0	0	7	40	3	3,92	196	78,4
X1.7	0	0	8	39	3	3,90	195	78

Sumber : Data Primer diolah tahun 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa jawaban responden dengan skor total paling tinggi pada kuesioner kualitas pelayanan (X₁) adalah pernyataan nomor 2 dengan indeks

sebesar 81,2 %. Pernyataan ini adalah Pelayan segera melayani anda saat sedang berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa respon dari pelayan pada kepada pelanggan sangat tinggi. Pelayan tanpa diinstruksikan akan melakukan pelayanan kepada pelanggan yang datang pada rumah makan hidayat. Dari pernyataan ini penulis dapat menyimpulkan bahwa rumah makan hidayat mampu memperlihatkan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Pembahasan

Tabel 5. Hasil pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	747	Reliabel
Harga (X ₂)	717	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	651	Reliabel

Sumber : Data olahan SPSS tahun 2021

Hasil pengujian reliabilitas dalam tabel diatas menunjukkan semua variabel dalam penelitian ini mempunyai koefisien cronbach's Alpa (α) yang lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel dari koesioner adalah reliabel.

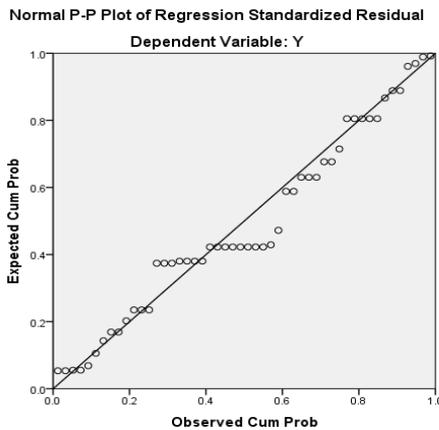
Tabel 5. Uji Validitas instrumen kuesioner

Variabel	Item Pertanyaan	r- Hitung
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Item 1	0,498
	Item 2	0,646
	Item 3	0,451
	Item 4	0,461
	Item 5	0,465
	Item 6	0,550
	Item 7	0,487
Topic (X ₂)	Item 1	0,522
	Item 2	0,624
	Item 3	0,368
	Item 4	0,444
	Item 5	0,522
	Item 6	0,624
Minat Beli (Y)	Item 1	0,482
	Item 2	0,475
	Item 3	0,399
	Item 4	0,532
	Item 5	0,477
	Item 6	0,429
	Item 7	0,520
	Item 8	0,371
	Item 9	0,561

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel sampai tabel di atas menunjukkan bahwa, seluruh nilai r-hitung untuk item pertanyaan kuesioner pada variabel penelitian yang digunakan menghasilkan

nilai r-hitung yang lebih besar dari nilai r-tabel. Nilai r-tabel untuk jumlah sampel (n=100) adalah sebesar 0,2306 sehingga seluruh item pertanyaan pada masing-masing kuesioner dapat dinyatakan valid.



Sumber: data primer diolah 2021
Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan grafik p-plot pada gambar 4 diatas ini memperlihatkan penyebaran (titik) disekitar garis regresi (diagonal) dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 6. Hasil Uji Multikoleniaritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
	(Constant)	
1	X1	.503
	X2	.503
		1.990

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan SPSS tahun 2021

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel bebas dalam penelitian ini lebih kecil dari 10 sedangkan nilai toleransi semua variabel bebas lebih dari 10 % yang berarti tidak terjadi korelasi antar variabel bebas yang nilainya lebih dari 90 %, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Tabel 7. Hasil Estimasi Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
		(Constant)			.714	.479	
1	X1	.729	.074	.604	9.857	.000	.503
	X2	.608	.087	.427	6.957	.000	.503

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan SPSS tahun 2021

persamaan regresi linier berganda tersebut adalah :

$$Y = 1,119 + 0,729X_1 + 0,608X_2$$

Tabel 8. Analisis Korelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.955 ^a	.911	.907	.51473

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan SPSS Tahun 2021

Dari tabel 13, pada kolom Koefisien korelasi (R) ditemukan hasil sebesar 0,955, berada pada interval antara 0,800 – 1,00. Dari hasil tersebut maka dapat di tafsirkan bahwa hubungan variabel Bebas (Kualitas Pelayanan dan Harga) terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen) memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat.

Tabel 9. Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.119	1.567		.714	.479		
	X1	.729	.074	.604	9.857	.000	.503	1.990
	X2	.608	.087	.427	6.957	.000	.503	1.990

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data olahan SPSS tahun 2021

Uji hipotesis 1 (H₁)

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa t hitung (9,857) > t tabel (1,299) dengan taraf signifikan 0,000 < 0,05. Maka H₀ ditolak dan hipotesis yang diterima adalah H₁ yang berarti variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji hipotesis 2 (H₂)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa t hitung (6,957) < t tabel (1,299) dengan taraf signifikan 0,856 > 0,05. Maka H₂ ditolak dan hipotesis yang diterima adalah H₀ yang berarti variabel Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji Simultan (Uji-F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah seluruh variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

Tabel 10. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	127.727	2	63.864	241.038	.000 ^b
	Residual	12.453	47	.265		
	Total	140.180	49			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data olahan SPSS tahun 2021

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan dan harga secara parsial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Peningkatan Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Hidayat Cabang Lalabata Kabupaten Soppeng.
2. Kualitas pelayanan dan Harga secara simultan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Peningkatan Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Hidayat Cabang Lalabata Kabupaten Soppeng.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi rumah makan hidayat, hendaknya semakin memperhatikan kebutuhan pelanggan agar mampu memberikan pelayanan yang tepat sehingga pelanggan akan mendapatkan kepuasan dari. Rumah makan hidayat harus memperhatikan fasilitas fisik dan kinerja pelayanan, meliputi kebersihan dan pelayanan untuk memberikan kemudahan serta keramah-tamahan karyawan kepada pelanggan.
2. Rumah makan hidayat juga harus memperhatikan masalah penetapan harga produk, karena untuk harga yang ditetapkan sudah terjangkau maka pihak manajemen perlu mengantisipasi jika terjadi perubahan-perubahan harga bahan baku sehingga ketika harus melakukan perubahan harga manajemen mampu menentukan harga yang cocok dengan daya beli konsumen.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gasperz, Vincent. 2005. *Total Quality Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghazali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program, IBM SPSS 19, Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2014. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 15 Jilid I. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran, Edisi 14 Jilid I. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Laksana, Fajar. 2019. Praktis Dalam Memahami Manajemen Pemasaran. Depok: Khalifah Mediatama.
- Nasution, M. Nur. 2015. Manajemen Mutu Terpadu (*Total Quality Management*). Jakarta: Ghalia Indonesia.

Priyatno, Duwi. 2017. *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.

Rangkuti, Freddy. 2017. *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy; Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.